

## تجربه کاربری چیست؟ همه آن چیزی که باید در مورد User Experience بدانیم

61 درصد از کاربران اگر نتوانند در سایت، نیاز خود را سریع پیدا کنند، آن را ترک خواهند کرد. آیا می دانستید 54.46 درصد ترافیک سایت ها از موبایل است و اگر سایت شما برای موبایل بهینه نشده باشد، 52 درصد کاربران موبایلی را از دست خواهد داد. این آمار نشان می دهد که توجه به تجربه کاربری یا **User Experience**، تا چه اندازه در موفقیت سایت تاثیر دارد. آیا می دانید تجربه کاربری چیست؟

جمله معروفی وجود دارد با این مضمون "UX is everything" که یعنی « تجربه کاربری همه چیز است ».

این جمله نشان می دهد که UX چقدر در **دیجیتال مارکتینگ** اهمیت دارد. در این مقاله به صورت کامل با تجربه کاربری آشنا می شوید.

### تجربه کاربری چیست؟



به صورت خلاصه در جواب سوال تجربه کاربری چیست، می توان گفت « به احساسی که مخاطب در استفاده از محصول دارد، تجربه کاربری یا **User Experience** می گویند ». محصولی که در این جمله به آن اشاره شده است، شامل هر چیزی است که به مخاطب عرضه می شود که می تواند سایت، اپلیکیشن، مبل، تلویزیون و یا هر چیز دیگر باشد. تعاملی که کاربر با هر یک از این موارد ایجاد می کند، دقیقاً همان چیزی است که در تجربه کاربری به دنبال آن هستیم.

UX یکی از ضروری ترین بخش های هر کسب و کار محسوب می شود و باید در **استراتژی دیجیتال مارکتینگ** خود به آن توجه ویژه ای کنید. شرکت هایی که از آن استفاده نمی کنند، بدون شک باعث ایجاد ضررهای بسیار بزرگی در کسب و کار خود می شوند.

مهم نیست که **مدل کسب و کار** شما چه می خواهد باشد؛ مهم این است که بدون رعایت ایجاد درک مناسب و تجربه لذت بخش مخاطب از محصول، شما یک بازنده خواهید بود.

تجربه کاربری یعنی دیدن، احساس کردن و کاربرد پذیری.

حالا با هم بیشتر در عمق ماجرا سفر می کنیم. فکر کنید که یک فروشگاه اینترنتی دارید. آیا تا به حال بررسی کرده اید که کاربران چه مرحله‌ای را طی می کنند تا به سبد خرید برسند؟ آیا بررسی کرده اید که بعد از رسیدن به سبد خرید چه می کنند؟

به احتمال قوی پاسخ خیلی از شما "نه" خواهد بود. چون تا به حال به عمق طراحی تجربه کاربری فکر نکرده اید. متخصصان این کار، همه این موارد را باید آنالیز کنند تا بتوانند بهترین جواب ها را به شما ارائه دهند و در واقع فرآیند کاری شما را به بهینه ترین شکل ممکن در بیاورند.

بدون شک برای این مثالی که آوردم، دو ابزار بسیار فوق العاده برای آنالیز وجود دارند که عبارت اند از **Google Analytics** و **Hotjar**. چیزی که مشخص است، بیشتر افراد از گوگل آنالیتیکس استفاده می کنند؛ اما توصیه من به شما این است که از این دو ابزار در کنار یکدیگر استفاده کنید، چون هیچ گونه منافاتی با یکدیگر ندارند.

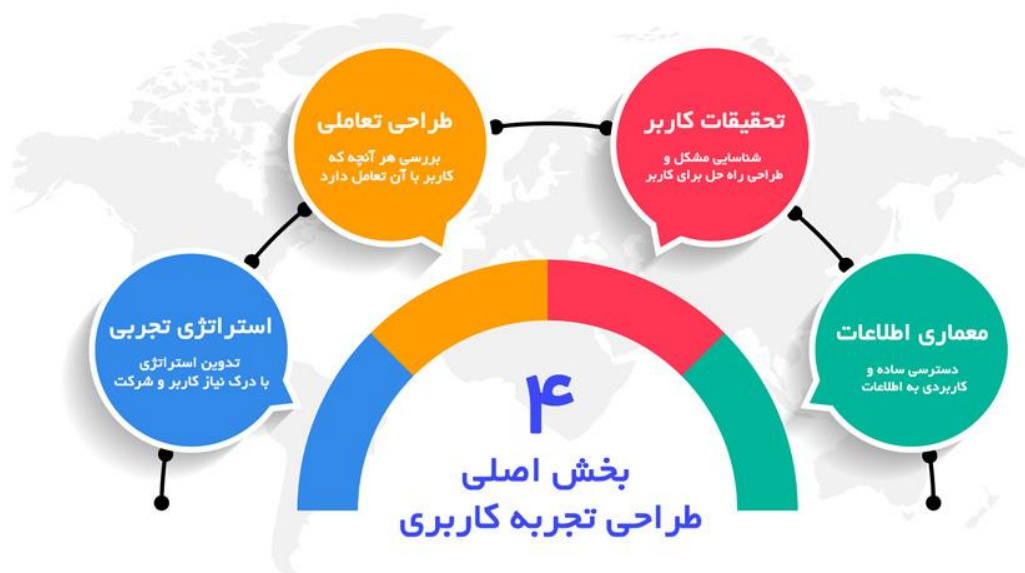
## تاریخچه User Experience

برخی از اصول UX را می توان در 4000 سال قبل از میلاد و در طراحی فنگ شویی چینی پیدا کرد. جایی که این طراحی سعی در استفاده بهینه ترین حالت ممکن از فضای اطراف را داشت.

همچنین شواهدی وجود دارد تا اوایل قرن 5 قبل از میلاد، یونان باستان ابزارها و مکان های خود را بر اساس اصول ارگونومی طراحی می کرده است.

در اواخر قرن نوزدهم اندیشمندان و صنعتگران بزرگی همچون هنری فورد و وینسلو تیلور شروع به ادغام اصول اولیه طراحی تجربه کاربری در فرآیندهای تولیدی خود کردند.

## تجربه کاربری به چه بخش هایی تقسیم می شود؟



و اما طراحی تجربه کاربری به 4 بخش اصلی تقسیم می شود:

- استراتژی تجربی (EXS)
- طراحی تعاملی (IXD)
- تحقیقات کاربر (UR)
- معماری اطلاعات (IA)

### استراتژی تجربی

EXS در واقع صرفاً به کاربر معطوف نمی شود بلکه همه آن چیزی که در رابطه با تدوین استراتژی کسب و کار شامل نیازهای شرکت و کاربر است می باشد.

### طراحی تعاملی

طراحی تعاملی در واقع همه آن چیزی را که کاربر با آن در تعامل است، بررسی می کند. از رنگ و جاگذاری یک دکمه، انیمیشن ها و انتقال ها گرفته تا موارد کلی تر. این طراحی به دنبال این است تا به وسیله ایجاد طرح های بصری به کاربر اجازه دهد تا وظایف و اقدامات اصلی را به خوبی انجام دهد.

### تحقیقات کاربر

همان طور که می دانید "UX" همه چیز درباره شناسایی مشکل و طراحی راه حل آن برای کاربر است."

خوب این امر نیاز به تحقیقات گسترده و حرفه ای از مشتریان بالقوه دارد. در طی این مراحل معمولاً طراحان UX به دنبال مصاحبه، نظرسنجی و انجام آزمایش استفاده از محصول می روند. این کار را برای درک هر چه بهتر نیاز و مشکلات کاربر و طراحی راه حل هایی برای آن ها می پردازند.

در این بخش هم داده های کیفی و کمی جمع آوری می شود تا بتوان بهترین تصمیم گیری را برای ارائه راه حل هایی مفید و کاربردی ارائه داد.

### معماری اطلاعات

این عمل برای دسترسی هر چه ساده و کاربردی تر اطلاعات برای کاربر انجام می پذیرد. این امر به کاربر کمک می کند تا در مسیری درست و طبق برنامه پیش رود و از گمراهی وی در بخش های مختلف جلوگیری می کند.

معماران اطلاعات باید ارتباط های مختلف را در بین محتوا و بخش های مختلف محصولات را در نظر بگیرند و آن ها به شکل معناداری به هم متصل کنند تا بتوان بهترین و بهینه ترین حالت ممکن را برای کاربر به ارمغان آورد.

جالب این جاست که بدانید باز هر کدام از این بخش ها دارای زیر مجموعه هایی بسیار زیاد و وسیعی هستند که هر کدام از آن ها دارای اطلاعاتی بسیار زیاد و گسترده ای است.

## چرا UX تا این اندازه مهم است؟



## چرا UX تا این اندازه مهم است؟

امروزه با تاکید بسیار زیاد طراحی کاربر محور دیگر عملاً تجربه کاربری تبدیل به عنصری جداناپذیر از کسب و کارها شده است.

شما نمی توانید محصولی تولید کنید که کاربر از کار با آن لذت نبرد. می دانید چرا؟ قبلا می توانستید تا حدودی این کار را انجام دهید، چون رقابت در کسب و کارهای مختلف کم بود. اما امروزه به دلیل فضای بسیار رقابتی ای که وجود دارد، دیگر بحث بر سر رعایت حتی کوچکترین موارد هم حیاتی می شود.

به طور مثال قبلا سایت هایی که طراحی می شد که از نظر گرافیک و سرعت، سطح بسیار پایینی را داشتند، اما امروزه دیگر نمی توان با طراحی چنین سایت های ضعیفی به موفقیت های زیاد دست پیدا کرد .

از مشکلات اساسی طراحی محصولات این است که ما چیزی را طراحی می کنیم که به نظمان خوب است و به کاربر فکر نمی کنیم. توجه به **پرسونای مشتری** از اصول تجربه کاربری به حساب می آید.

دوباره من از همان مثال سیستم **همکاری در فروش** استفاده می کنم. فکر کنید در همچین سیستمی شما مخاطبانی دارند که هیچ نیازی به محصولات آن برند ندارند یا آن قدر برایشان مفید نیست .

در واقع آن محصولات برای آن جامعه از مخاطب هدف ساخته نشده. خب نتیجه چه می شود؟ کاملا واضح است که نتیجه این می شود که شما دلسرد می شوید در صورتی که صرفا با تغییر جامعه مخاطب خود می توانید به فروش خیلی بهتری دست پیدا کنید.

دلیل این شکست ها این است که پست کارهای انجام گرفته هیچ علمی وجود ندارد. اگر از طریق علم و استدلال بتوانید جلو بروید بدون شک نتیجه مناسب هم خواهید گرفت.

نکته: این که مخاطب حتی کاملا از محصول راضی هم باشد باز پایان کار نیست. همیشه می شود بهتر بود در نتیجه سعی کنید ارزش افزوده ایجاد کنید و مدام پیشرفت کنید.

خب با توجه به همه این حرف ها اگر شرکت هستید، هنوز هم نمی خواهید که یک متخصص UX استخدام کنید؟

اگر هم نمی خواهید که استخدام کنید، حداقل خود به دنبال این تخصص بروید. من به شما قول می دهم که یکی از اصلی ترین بخش های هر سیستمی بدون شک همین طراحی تجربه کاربری است.

## آینده تجربه کاربری چگونه خواهد بود؟



خبرهای خوبی در این باره وجود دارد. شرکت ها و برندهای مختلف متوجه شده اند که امروزه تا چه اندازه برداشت و درک مشتری ها از برند آن ها مهم شده است. همچنین می دانند که یک طراحی عالی تا چه اندازه می تواند در خلق مشتریان وفادار دارای اهمیت باشد.

همچنین UX در حال بهبود استانداردها است و این دلیل باعث می شود تا رقابت سخت تر شود و همچنین انتظار مخاطبان روز به روز بیشتر شود.

این یعنی تمرین و فعالیت در حوزه UX در حال گسترش است. در واقع بیشتر تمرکز این بخش بر روی حوزه های دیجیتال است اما به سرعت در حال فراگیر شدن در بازار محصولات فیزیکی نیز هست .

شاید تا به حال "تجربه مشتری" را زیاد شنیده باشید اما UX بخش سطح دیگری از فعالیت هایی است که شما باید در نظر بگیرید.

## کاربرد طراحی تجربه کاربری چیست و سود آن در کجا است؟

خب هر فرآیند و آنالیزی طبیعتاً دارای هزینه خواهد بود. در دنیای زندگی می کنیم که بازگشت سرمایه حرف اول را می زند .

یعنی چقدر هزینه می شود و در قبال آن هزینه چقدر پول بازگشت پیدا می کند؟

پس با توجه به این مسائل ما باید به دنبال مسائلی در طراحی تجربه کاربری باشیم که بیشترین سود ممکن را به ما می‌رسانند و باید آن‌ها را در اولویت قرار دهیم.

### سیستم‌های پیچیده و بزرگ

هر چه یک سیستم بزرگ و پیچیده‌تر باشد، طبیعتاً نیاز آن سیستم به طراحی کاربر محور نیز بیشتر خواهد شد.

در این سیستم‌ها یک طراح UX می‌تواند به عنوان قلب تپنده آن سیستم باشد. چون این سیستم‌ها دارای وسعت زیاد و پیچیدگی‌های خاصی هستند در نتیجه نیازمند تحلیل‌های جامع و زیادی نیز خواهند بود.

مسئله‌ها حتی ممکن است که یک فرد از پس کاربر نیاید و مجبور شوید که چندین فرد را استخدام کنید تا بتوانید بهترین نتیجه ممکن را از استخدام این افراد به دست آورید.

از طرفی ارائه این تحلیل‌ها و بررسی و بهینه‌سازی فرآیندها و محصولات باعث این خواهد شد که سود زیادی نیز نصیب آن شرکت شود.

### استارت‌آپ‌ها

خب مسلماً برای شرکت‌هایی که تازه افتتاح شده‌اند و سرمایه‌های زیادی ندارند نمی‌توان انتظار داشت که یک تیم حرفه‌ای UX استخدام کنند تا بهینه‌سازی فرآیند کاری آن‌ها را انجام دهند.

بدون شک این برندها می‌توانند این افراد را به صورت پاره وقت استخدام کنند تا بهترین نتیجه و بهره را بگیرند. یعنی هزینه کم و بازگشت سرمایه مناسب.

### پروژه‌هایی با بودجه مناسب

یک سری از پروژه‌ها وجود دارند که بودجه مناسبی دارند و اغلب توسط آژانس‌های مختلف انجام می‌شوند. این‌جا اولویت بر روی تحویل کار است.

تو این اوقات باید تا می‌توان هزینه‌ها را پایین نگه داشت و کیفیت محصول و خدمات را افزایش داد.

### پروژه‌هایی با مدت زمان طولانی

خب همانطور که کاملاً واضح است فکر کنید که می‌خواهید یک سایت طراحی کنید. خب ابتدا باید طراح UX طرح اولیه آن را کشیده و سپس ایرادات آن را برطرف کند و سپس آن را تحویل برنامه‌نویس دهد. مسلماً این فرآیند طولانی‌تر از روش‌های معمول می‌باشد ولی خب بسیار حرفه‌ای‌تر خواهد بود.

در نتیجه در این مواقع باید تا جای ممکن در زمان صرفه جویی کرد.

## تجربه کاربری و باورهای اشتباه



طراحی تجربه کاربری یک کار فوق العاده است اما یادتان باشد که UX نیز یک سری از کارها را نمی تواند انجام دهد.

حالا این کارها چه چیزهایی هستند؟

## UX یک چک لیست برای همه پروژه ها نیست

نمی شود که ما بیاییم یک تجربه کاربری ای را طراحی کنیم و بگوییم خب برای همه پروژه ها و همه افراد من از همین مدت و روند استفاده می کنم.

به هیچ عنوان این گونه نخواهد بود.



هر پروژه ای، در هر زمانی و با هر مخاطبی شرایط خاص و ویژه خودش را دارد. باید برای هر کدام از این شرایط نکات مختلف را بررسی کنید و در نتیجه شروع به طراحی کنید.

چیزی که خیلی واضح است نمی توان تجربه یک کاربر را در دو سایت مختلف با دو موضوع مختلف یکسان دانست. همین دلیل واضح و روشن یکی از صدها دلیل وجود تفاوت در طراحی های مختلف در پروژه های مختلف است.

### همیشه نمی توان با معیارهای معمول بررسی کرد

شما نمی توانید اثربخشی طراحی تجربه کاربری را صرفا با معیارهایی مانند نرخ تبدیل، نرخ پرش و بازدید صفحات بررسی کرد.

ما می توانیم یک سری فرضیات و حدسیاتی را در نظر بگیریم و همچنین می توانیم رفتار کاربر را هم بسنجیم اما حداقل تا همین لحظه نرم افزاری وجود ندارد که به صورت دقیق به ما آمار بهبود وضعیت تجربه کاربری را به ما بگوید.

### تجربه کاربری همان کارایی یک محصول نیست

بعضی ها فکر می کنند **user experience** همان **useability** است، در صورتی که این دو بخش کاملا مشخص شده هستند.

تجربه کاربری به احساسی که کاربر در هنگام استفاده از محصول شما دارد، برمی گردد؛ در صورتی که **useability** به کاربردپذیر بودن و تاثیر طراحی می پردازد.

در واقع **Useability** بخش بزرگی از تجربه کاربری است و در تجربیات موثر و دلپذیر نقض اصلی را ایفا میکند.

اما روانشناسی، معماری اطلاعات و طراحی کاربر محور نیز جزوه نقش های اصلی این حوزه هستند.

### UX هزینه اضافه است

هنوز که هنوز است بعضی از افراد و برندها به طراحی تجربه کاربری به عنوان یک هزینه سربار نگاه میکنند در صورتی که یکی از مهم ترین و بزرگ ترین سرمایه گذاری های هر برندی است.

این UX است که باعث افزایش بازدهی، کارایی و در نهایت افزایش درآمد شما خواهد شد.

به طور مثل یک تغییر کوچک در فرآیند پرداخت در فروشگاه های آنلاین میتواند باعث افزایش چند برابری فروش و درآمد شود. تنها با یک حرکت کوچک.

### نتایج قابل اندازه گیری دقیق نیستند

بله این حرف کاملا درست است. شما نمیتوانید که یک عدد خاص را به نتایج به دست آمده از تجربه کاربری خود نسبت دهید چرا؟

چون این بخش به طور 100% با احساسات مخاطبان سر و کار دارد در نتیجه نمیتوان معیار اندازه گیری دقیق و نتایج خیلی دقیقی به دست آورد.

در عوض ما باید نتایج را به طور غیر مستقیم به دست آوریم. به طور مثال رفتار کاربران، نظرسنجی ها، بازدید صفحات، نرخ پرش و ...



با این حال این که بگویم هر تغییر مثبتی به خاطر تجربه کاربری بهتر بوده است بحثی است کاملاً بی نتیجه و بی اساس.

## وظایف طراحان تجربه کاربری چیست؟



طراح تجربه کاربری کیست؟ خب همان طور که می دانید متخصص این کار، وظایف زیادی بر عهده دارد.

حال در این جا چند نمونه از وظایف این متخصصان را برای شما آورده ایم:

### ارزیابی سیستم

یکی از مهم ترین وظایف هر طراحی این است که وضعیت فعلی سیستم شما را ارزیابی کند و نکات موردنظر را جهت اصلاح آن بگوید.

### انجام تست A/B

ممکن است شما نیاز داشته باشید که نسخه های مختلفی را از تجربه کاربری تست کنید تا ببینید کدام یک از دیگری بهتر است. این کار وظیفه طراح است تا با استفاده از تست های A/B این موضوع را برای شما مشخص کند.

تو این موارد اکثراً تنها یک بخش مورد بحث است. به طور مثال اگر رنگ فلان دکمه زرد باشد بهتر است یا سبز.

مطابق این فرضیه ها تست ها را انجام داده و نتایج را برای شما مشخص می کنند.

### نظرسنجی کاربر

یک طراحی UX میتواند با مشتریان بالقوه شما صحبت کند تا بتواند بینش و دیدگاه بهتری را نسبت به فرآیند کاری و تغییرات احتمالی به دست آورد.

از آن جا که تجربه کاربر یک مسئله ذهنی است، بهترین راه درک آن مطالعه و تعامل با کاربران است.

### طراحی وایرفریم و پروتوتایپ ها

طبق مطالعات و یافته های طراحان UX ، ممکن است آن ها بتوانند وایرفریم ها و پروتوتایپ هایی با قابلیت های بهتر و قوی تری طراحی کنند.

### آنالیز جریان رفتاری کاربر

کاربر از کجا اومده و به کجا رفته؟ این کار یکی از فرآیندهای بسیار کلیدی و مهم در تحلیل رفتار کاربر است .

این که شما بدانید معمولا یک کاربر بیشتر به چه صفحاتی تمایل دارد یا اینکه بعد از طی چندین صفحه به کدام صفحه می رود میتواند بسیار حائز اهمیت باشد .

چون در این صورت به راحتی می توانید فکر کاربر را فهمیده و از آن در جهت بهبود تعامل و فروش اقدام کنید.

### قصه گویی یا همان Story Telling

طراحان UX به وسیله درگیر کردن احساسات مخاطب با ترسیم عناصر آشنا و مشابه میتوانند کاربر را با خود همراه کنند که این کار باعث افزایش شدید تعامل کاربر با برند شما خواهد شد.

### ایجاد سبک محتوایی

قطعاً نمی شود که شما هر محتوا را با شکل و ظاهر متفاوت و با بی نظمی تولید کنید. حال این محتوا هر مدل محتوایی باشد فرقی نمیکند. شما باید اصول **بازاریابی محتوا** را در تولید تمامی محتواهای خود رعایت کنید و برای آن استراتژی داشته باشید.

یک طراح UX باید برای تولیدکنندگان محتوا در هر بخشی و برای هر مدلی یک سبک و چارچوب خاصی را طراحی کند تا بتوانید بهترین بهره را از آن گرفت.

### ابزارهای مورد نیاز طراحی

در این جا چند نمونه از بهترین ابزارهای مورد نیاز متخصصات طراحی تجربه کاربری را برای شما لیست کرده ایم.

توجه کنید که این ابزارها صرفاً متخصصان این رشته نیست و طراحان گرافیک، برنامه نویسان، طراحان تعاملی و ... نیز میتوانند از آن ها به خوبی استفاده کنند.

### ابزارهای وایرفریم و پروتوتایپ

طراحی وایرفریم و پروتوتایپ به راحتی به وسیله کاغذ و قلم قابل انجام است. خوبی این کار این است که کاملاً رایگان است و بسیار ساده است.

حال اگر قرار باشد از برخی از ابزارها استفاده کنیم باید به ابزارهای زیر اشاره کنیم:

- [OmniGraffle](#)
- [Balsamiq Mockups](#)
- [Mockingbird](#)

### ابزارهای تست A/B

قطعاً میدانید که تست A/B یعنی ما میابیم و دونسخه از فرضاً یک صفحه سایت را در قیاس با هم قرار می دهیم تا ببینیم که کدام یک از آنها بازخورد بهتری دارند.

حال یکی از بهترین و مطمئن ترین ابزارها برای این کار ابزاری است که خود گوگل به ما ارائه می دهد. این ابزار [Google Optimize](#) نام دارد.

### ابزار جمع آوری نظرات و فیدبک های کاربران

بررسی و مصاحبه با کاربران یکی از اصلی ترین بخش ها طراحی تجربه کاربری است. بهترین و با صرفه ترین کار برای این مورد این است که این کار را از راه دور انجام دهیم.

حال برای این کار میتوانید از ابزارهای زیر استفاده کنید:

- [PollDaddy](#)
- [Usabilla](#)
- [Usability Hub](#)

### ابزارهای آنالیز

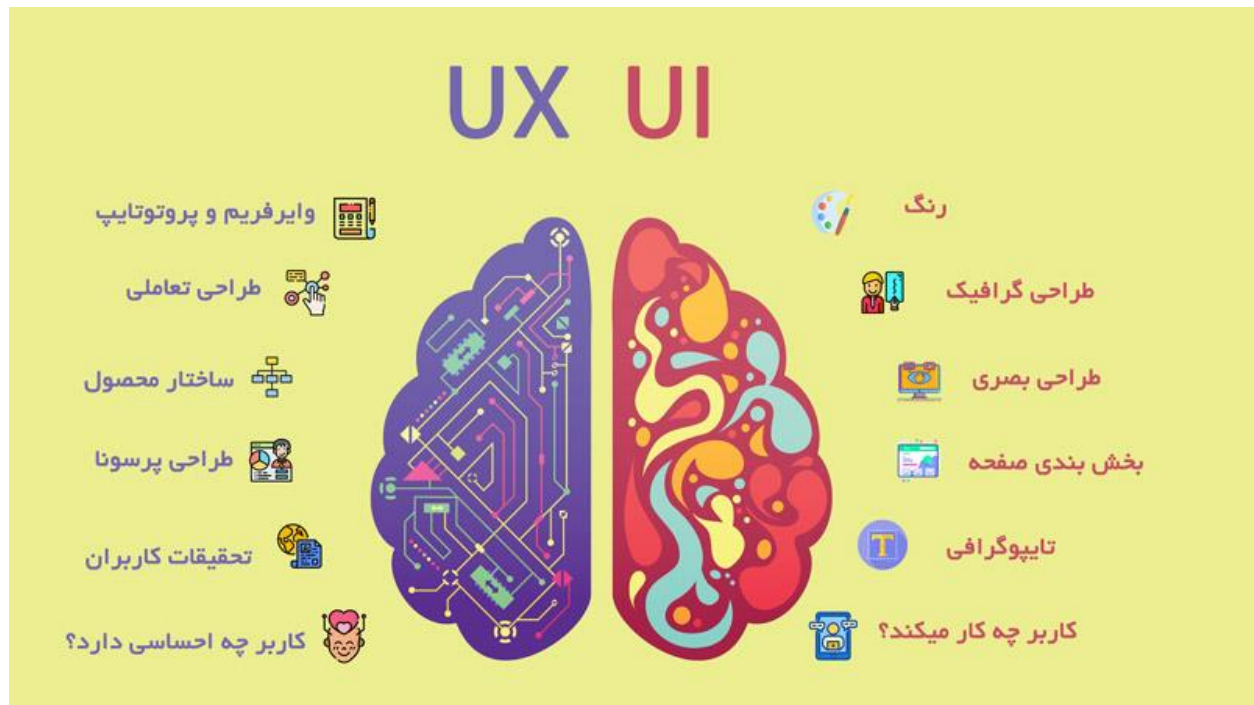
بدون شک هر طراح تجربه کاربری ای باید بداند که ترافیک ورودی یک وب سایت از کجا می آید؟ کاربران چه رفتاری در سایت دارند؟ کدام صفحات بیشتر مورد توجه مخاطبان است؟ آیا کاربران طبق [طراحی قیف فروش](#) انجام گرفته عمل میکنند؟

اهدافی که برای کسب و کار خود تعیین کرده ایم به خوبی پیش می روند؟ در چه ساعاتی بیشترین میزان بازدید از سایت ما انجام می شود؟ و کلی معیار دیگر برای بررسی توسط این افراد وجود دارد.

شما هر چقدر هم که خوب کار کنید؛ اگر کاربر با طراحی قیف فروش شما هماهنگ نباشد، قطعاً به نرخ تبدیل دلخواهتان نرسیده اید. پس باید بررسی کنید و ببینید که آیا قیف فروش شما به شکل اشتباهی طراحی شده است یا مشکل از جای دیگریست؟

یکی از بهترین ابزارها بدون شک ابزار Google Analytics است که البته در ابتدای این مقاله نیز به آن پرداخته بودیم.

## تفاوت UI و UX چیست؟



یکی از پر تکرار ترین سوال هایی که هر فردی میپرسد این است که طراحی تجربه کاربری با طراحی رابط کاربری چه تفاوتی دارد.

باید گفت که رابط کاربری صرفا بخش ظاهری کار را شامل می شود و در واقع UI زیر مجموعه ای از UX است.

پس در نتیجه شما نمیتوانید یک طراحی UX باشید ولی بگویید که من از طراحی UI سر در نمی آورم و یا نمیخواهم آن را انجام دهم.

## چگونه میتوان از طراح گرافیک به طراح تجربه کاربری تبدیل شد؟

آیا اصلا تفاوتی بین یک گرافیست و طراح تجربه کاربری وجود دارد؟ پاسخ قطعا "بله" است.

اما نزدیکی ای بین این دو بخش وجود دارد چون این دو با زبانی مشترک با هم صحبت میکنند.

برای این کار میتوانید در دوره های آنلاین مختلف شرکت کنید تا بتوانید علاوه بر طراحی گرافیک به اصول و ابزارها و فرآیندهای این کار مسلط شوید.

خوبی گرافیک این است که به هم متصل است.

یعنی موقعی که پای UI وسط میاد به راحتی یک طراح گرافیک میتواند آن را پیاده سازی کند صرفا کافی است تا اصول و قواعد آن را بلد باشید و پیاده سازی آن برای وی کار بسیار راحتی خواهد بود.

## از کجا باید ایده گرفت؟

ایده گرفتن برای طراحی یک محصول بسیار کار ساده ای است .

اپلیکیشن و سایت های بسیار زیادی در این زمینه فعال هستند و شما با یک سرچ کوچک میتوانید در مدت زمان بسیار کمی به هزاران ایده برای طراحی های خود دست پیدا کنید.

از جمله این سایت ها میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

- [pinterest](#)
- [dribbble](#)
- [freepik](#)

فقط کافی است یک بار به این سایت ها سر بزنید. قول میدم تا آخر عمر از این 3 وب سایت کلی استفاده خواهید کرد.

## چک لیست کامل تجربه کاربری

شاید با خودتان بگویید که شما که گفتید تجربه کاربری چک لیست نیست که! پس چرا چک لیست ارائه میکنید؟

درست میگویید ولی نگفتیم که چک لیستی وجود ندارد. اصول که فرقی نمیکند و برای آن ها می شود این را در نظر گرفت اما در بخش پیاده سازی مسلما برای هر پروژه فرق میکند.

اما به طور چند مرحله وجود دارد و برای هر مرحله چک لیست مربوط به خود وجود دارد که عبارت است از:

### مرحله تحقیقات

- بررسی رقبا
- بررسی داده ها و اطلاعات
- فیدبک و نظر کاربران

### مرحله برنامه ریزی

- تعیین پرسونا کاربر برای ایجاد سناریو
- جریان رفتاری کاربر یا همان User Flow
- پیدا کردن Red Routers یا همان قابلیت های بسیار خاص محصول که برای کاربر بسیار جالب و مهم است

### مرحله کشف و ساختار اولیه

- ایجاد طرح کلی
- ایجاد وایرفریم ها
- ایجاد و طراحی پروتوتایپ ها

### مرحله فهم ارتباطات

- فهم کاربر، ساختار اطلاعات و کانال های ارتباطی
- فهم ادبیات برند شما و کاربران و نحوه برقراری ارتباط کلامی
- دسترسی راحت و کاربردی

### مرحله ساخت

- ایجاد طراحی ظاهری
- بررسی ارگونومی ها و ساختار ظاهری سایت
- رسپانسیو بودن

### مرحله دریافت نظرات کاربران

- اوقات انتظار (مانند مدت زمان لود یک صفحه که ترجیحاً باید چیزی به وی نمایش داده شود)
- فهم و پیدا کردن ارورها
- ایجاد تعامل درست برای انجام عمل های موفقیت آمیز کاربر مثل افزودن به سبد خرید

### مرحله نهایی طراحی

- طراحی نهایی بخش بندی های هر صفحه
- استفاده از آیکون و تصاویر
- استفاده از فونت و تضادهای رنگی

### مرحله لذت استفاده

- تبلیغ نویسی
- تعامل مفید و لذت بخش
- موشن های استفاده شده باید ساده، زیبا و تعاملی باشند

### مرحله آنالیز

- تنظیم kpi (شاخص کلیدی عملکرد)
- برنامه ریزی برای تست A/B
- آزمایش و بررسی

## جمع بندی

شما برای اینکه بتوانید کسب و کار موفق داشته باشید، «باید User Experience را بشناسید و بدانید که تجربه کاربری چیست». هنگامی که اصول و مفاهیم آن را بفهمید دیگر پیاده سازی آن در پروژه های مختلف، کار ساده ای است. دقت داشته باشید که UX یک فرآیند زمان بر و البته دائمی است و اگر می خواهید از رقبای خود جلوتر باشید، هیچ گاه بخش طراحی تجربه کاربری خود را متوقف نکنید و همیشه سعی در بهبود آن داشته باشید.